

Unos ingenieros de la Universidad Carlos III de Madrid han creado una herramienta para medir los ingresos por publicidad de la red social Facebook

Para concienciar de la importancia de la privacidad, una sofisticada herramienta creada por ingenieros españoles dentro de un proyecto de la UE, permitirá al usuario de Facebook visualizar con apenas un "clic" los ingresos por publicidad que genera en tiempo real su navegación a la plataforma.

Esta herramienta de uso gratuito ha sido desarrollada por ingenieros de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), del Departamento de Telemática, y forma parte del proyecto europeo Types, dentro del programa Horizon 2020 y del Data Transparency Lab, una iniciativa que promueve la transparencia en Internet, con el objetivo de concienciar al internauta de la importancia de proteger su privacidad digital.

Empresas como Telefónica I+D, la red Eurecat, la Asociación de Usuarios de Internet (AUI) o IAB Europa forman parte del consorcio internacional que impulsa este ambicioso proyecto, con una participación española de en torno al 50 por ciento, y del que también forman parte entidades de Alemania, Grecia e Israel.

Bajo el nombre "FDVT: Facebook Data Valuation Tool", la herramienta recién lanzada, ayuda a visualizar a modo de caja registradora virtual, desde una pequeña ventana que se abre en la parte superior derecha de la pantalla cuando se entra en Facebook, los ingresos que va generando la navegación de un usuario a la plataforma.

Según los últimos datos de Facebook, que sitúan en casi 1.800 millones su número de usuarios activos, la red social obtuvo un beneficio neto de 5.944 millones de dólares en los nueve primeros meses del año, un incremento del 179 % respecto al mismo

periodo del año pasado, en gran medida por sus ingresos en publicidad.

Así, de acuerdo a las cifras, de los alrededor de 6.330 millones de euros (7.000 millones de dólares) de ingresos en el último trimestre, unos 6.149 millones de euros (6.800 millones de dólares) correspondieron sólo a venta de anuncios, un 59 % más que en el mismo tramo del año anterior.

Facebook gana dinero vendiendo datos de usuario

Facebook ingresa dinero por publicidad continuamente con sus usuarios, "incluso cuando el internauta dentro de su plataforma ni siquiera pincha en los anuncios", han explicado los hermanos Rubén y Ángel Cuevas, de la UC3M, dos de los desarrolladores de la innovadora herramienta del citado proyecto europeo Types.

Para su utilización, el usuario sólo tiene que descargar la solución y facilitar unos datos básicos sobre su identidad para que la herramienta identifique el valor económico de su perfil en el mercado de la publicidad, un sector volátil sometido a una oferta y demanda muy variables, han explicado sus responsables.

Por el momento, la solución funciona sólo en Facebook y desde el navegador Chrome, pero sus creadores están buscando financiación para extenderla a otras plataformas y navegadores así como a sistemas operativos móviles en próximos proyectos futuros.

La prioridad de la herramienta es concienciar de la importancia de la privacidad y la necesidad de que las

empresas que manejan publicidad sean transparentes en sus actuaciones con los datos de otros, han insistido sus responsables.

"No queremos demonizar ni a Facebook, ni a Google, ni a ninguna otra plataforma por generar beneficios con la publicidad, un sector sin duda generador de crecimiento económico y empleo", según Rubén Cuevas.

A lo que se insta con este tipo de herramientas a las empresas es a actuar con transparencia a la hora de informar qué hacen con los datos de terceras partes, según sus responsables, explica.

Una actitud común a muchas empresas online

Cada vez más el sector de la publicidad "perfila hasta el último detalle" de sus potenciales clientes, a los que dirigen anuncios muy personalizados en función de sus características personales para mejorar sus rendimientos, asegura Ángel Cuevas.

Debe garantizarse "un equilibrio" entre esa personalización de la publicidad, que puede ser consentida expresamente por el usuario para mejorar su experiencia de usuario, pero con las garantías de mantenimiento de sus derechos fundamentales sin sobrepasarse límites, ha añadido.

Como parte del proyecto, la Asociación de Usuarios de Internet (AUI), otra de las entidades involucradas, facilitará al usuario desde el sitiotestdeprivacidad.com acceso directo a la herramienta para visualizar automáticamente cuánto valora Facebook su perfil en cada momento.

Esta web permitirá consultas puntuales relacionadas con la privacidad como "quién usa mis datos, cómo se recogen o el valor que tienen en el mercado publicitario los datos de un usuario para las aplicaciones más usadas en internet como Facebook o Google".

Asimismo, le dará claves y pautas sencillas para mejorar y manejar más eficientemente

su privacidad digital, ha explicado el presidente de la AUI, Miguel Pérez Subías



LEE EL ARTÍCULO ANTERIOR PUBLICADO EN EL DIARIO EL MUNDO Y CONTESTA A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

1. Facebook fue creado por Mark Zuckerberg para que las personas pudieran comunicarse mediante internet. ¿Crees que este es el fin de Facebook hoy día?
2. Para qué sirve la herramienta creada por la Universidad Carlos III?
3. ¿Cuánto dinero gana Facebook en un año?
4. ¿Qué dos formas tiene Facebook de ganar dinero?
5. ¿Por qué son tan valiosos los perfiles de Facebook para las empresas?
6. ¿Cuál es tu opinión personal respecto al artículo anterior?, ¿Cómo crees que debemos actuar con las redes sociales?